

XII Congreso de Administración del Centro de la República. VIII Congreso de Ciencias Económicas del Centro de la República. IX Encuentro Internacional de Administración del Centro de la República. IAPCS - Universidad Nacional de Villa María, Villa María, 2023.

Emprender: ¿una forma de vida o un medio de subsistencia?.

Acosta Malebran, Marcos Antonio, Quarin, Cristian Exequiel, Figueroa Carrizo, Marcia Silvana y Baigorria, Rocio del Milagro.

Cita:

Acosta Malebran, Marcos Antonio, Quarin, Cristian Exequiel, Figueroa Carrizo, Marcia Silvana y Baigorria, Rocio del Milagro (2023). *Emprender: ¿una forma de vida o un medio de subsistencia?.* XII Congreso de Administración del Centro de la República. VIII Congreso de Ciencias Económicas del Centro de la República. IX Encuentro Internacional de Administración del Centro de la República. IAPCS - Universidad Nacional de Villa María, Villa María.

Dirección estable:

<https://www.aacademica.org/xii.congreso.de.administracion.del.centro.de.la.republica.viii.congreso.de.ciencias.economicas.del/77>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eruA/dqV>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

“Emprender: ¿una forma de vida o un medio de subsistencia?”

Eje Temático: 8 – Desarrollo en las Economías Regionales.

Autores: Acosta Malebrán, Marcos Antonio¹; Figueroa Carrizo, Marcia Silvana²; Quarin, Cristian Exequiel³ y Baigorria, Rocío del Milagro⁴;

Resumen

El objetivo del presente es compartir los avances y resultados del proyecto de investigación “Estructura Empresarial y Desarrollo Local” Código: 02/M345 ejecutado en la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad Nacional de Catamarca. Dicho proyecto analiza muy particularmente el impacto del Emprendedorismo en el desarrollo local. En tal sentido, se realizó una investigación para indagar sobre los emprendimientos desarrollados en ferias o paseos de compras de Catamarca, abordando las problemáticas del sector y dificultades para lograr la sostenibilidad; con la finalidad de planificar distintas estrategias para su crecimiento, aportando desde nuestra Facultad a las necesidades específicas del sector, coadyuvando al desarrollo económico de la Provincia de Catamarca.

A fin de ejecutar este Proyecto, se realizó una investigación cualitativa con asistencia a las Ferias donde participan emprendedores locales, estudiando la realidad en su contexto natural, interpretando y analizando el sentido de los fenómenos de acuerdo con los significados que tiene para los involucrados y que éstos tengan una visión a futuro, buscando articular el desarrollo productivo con inclusión social, partiendo de la definición de un perfil de desarrollo para el territorio. Asimismo, la metodología empleada fue la investigación, acción y participación que permitió complementar el análisis para elaborar un diagnóstico de situación.

La recolección de información, su sistematización, la formulación de un diagnóstico y la caracterización del sector en la provincia de Catamarca, fueron los principales resultados de la investigación realizada. Asimismo, se detectaron como principales problemas limitaciones financieras, dificultades para acceder a créditos, carencia de recursos humanos, falta de recursos tecnológicos y herramientas de administración y gestión.

Se concluye que resulta necesario fortalecer las relaciones, acciones e interacciones entre el sector público y privado que fomenten el fortalecimiento del desarrollo local y económico en el territorio para el crecimiento de los emprendimientos.

Palabras claves: Emprendedorismo – Economía Social – Desarrollo Local

¹ Facultad de Ciencias Económicas y de Administración – Universidad Nacional de Catamarca. Dir. Maestro Quiroga N° 50 P.A. – C.P. 4700 San Fernando del Valle de Catamarca - marcosam@eco.unca.edu.ar

² Facultad de Ciencias Económicas y de Administración – Universidad Nacional de Catamarca. Dir. Maestro Quiroga N° 50 P.A. – C.P. 4700 San Fernando del Valle de Catamarca - mfigueroacarrizo@yahoo.com.ar

³ Facultad de Ciencias Económicas y de Administración – Universidad Nacional de Catamarca. Dir. Maestro Quiroga N° 50 P.A. – C.P. 4700 San Fernando del Valle de Catamarca - pcquarin@eco.unca.edu.ar

⁴ Facultad de Ciencias Económicas y de Administración – Universidad Nacional de Catamarca. Dir. Maestro Quiroga N° 50 P.A. – C.P. 4700 San Fernando del Valle de Catamarca - rociobaigorria89@gmail.com

ÍNDICE

Contenido

Resumen.....	1
ÍNDICE.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
OBJETIVO GENERAL.....	4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
PROBLEMÁTICAS.....	4
MARCO TEÓRICO.....	5
METODOLOGIA DE INVESTIGACION.....	8
TRABAJO DE CAMPO.....	9
ACCIONES QUE SE PROPONEN.....	17
CONCLUSIONES.....	17
BIBLIOGRAFÍA.....	18

INTRODUCCIÓN

Teniendo en cuenta los lineamientos del proyecto de investigación, a través de la Universidad Nacional de Catamarca y dentro de ella, la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración, se han establecido como una de sus metas contribuir al desarrollo económico y social de la región. Es por ello que con este proyecto pretendemos realizar un aporte al conocimiento de las características propias de los modelos de gestión de la economía social, entendiendo como tal al esquema o marco de referencia para la administración de una entidad. A fin de llevar a cabo este proyecto se realizó una investigación cualitativa donde los emprendimientos a estudiar fueron seleccionados en función de su organización, la forma de tomar decisiones, la ejecución de sus actividades y el lugar en donde se desarrollan.

Investigar sobre el emprendedorismo y el desarrollo local en una economía social posibilita conocer los emprendimientos y cuál es su situación actual en un mercado local y regional, observando la forma en que estos se desarrollan en sus distintas áreas, a través de las diferentes ferias situadas en la provincia de Catamarca, nos permite contribuir a visualizar y difundir sus características distintivas como alternativas a las organizaciones de las empresas capitalistas, no sólo para la realización de las actividades económicas, sino también para alcanzar objetivos sociales, para el desarrollo de las personas y el aumento del bienestar de las comunidades. Si bien el desarrollo local es un proceso endógeno, que surge de la propia comunidad, no es un proceso aislado, sino por el contrario implica articulaciones interjurisdiccionales (locales, provinciales, nacionales) que lo potencien. De allí que es necesario que el desarrollo local se planifique también considerando los lineamientos que se establecen desde las políticas provinciales y nacionales. La falta de vinculaciones con una perspectiva nacional de desarrollo implica el riesgo de que surjan proyectos productivos locales que estén desvinculados de una idea de desarrollo, es decir no inclusivos, no generadores de tecnología, valor agregado y empleo local.

Según **Coraggio (2020)** sobre la economía popular solidaria se refiere a las organizaciones, redes, asociaciones de emprendimientos mercantiles y no mercantiles de la Economía Popular, que están encastradas socialmente por una diversidad de relaciones de solidaridad. Estas pueden ser intra-organización (trabajo doméstico de reproducción, emprendimientos mercantiles familiares, comunidades primarias, cooperativas, mutuales, sindicatos, clubes de barrio) o bien entre organizaciones.

Es importante no dejar de lado el concepto de Emprendedor, el cual según el **SEBRAE⁵(2010)** es un individuo capaz de pensar y actuar de forma innovadora, identificando y creando oportunidades, inspirando, renovando y liderando procesos, tornando posible lo que parece imposible...y asumiendo riesgos calculados con el objetivo de obtener lucro.

⁵ Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE) organismo creado en el año 1972 para estimular el espíritu empresarial en el Brasil.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo fundamental de esta investigación es buscar soluciones a problemas específicos, del impacto que tiene el emprendedorismo en el desarrollo local de la provincia de Catamarca, explicar fenómenos, desarrollar teorías, ampliar conocimientos, establecer principios, reformular planteamientos, refutar resultados, abordando las problemáticas del sector y dificultades para lograr la sostenibilidad.

El impacto que tiene el emprendedorismo en la Provincia de Catamarca es la de generar una expansión económica, apropiando tecnologías, promoviendo la competencia y con ello la generación de empleo. Al tomar oportunidades que se encuentren desaprovechadas, se crea un círculo de crecimiento que se torna constante con la fórmula encontrar o crear – aprovechar, todo esto ha contribuido al desarrollo local generando fuentes de empleo que permiten mejorar el nivel de vida de la población basado en equidad, participación comunitaria y economía solidaria.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar los principales patrones de fortalezas y debilidades de los emprendedores en su trabajo por el desarrollo local.
2. Releva las principales fuentes de financiamiento.
3. Identificar y caracterizar los factores claves para su desarrollo.
4. Planificar estrategias para su crecimiento y desarrollo económico.
5. Formular propuestas que permitan mejorar su economía y perdurabilidad en el tiempo.
6. Difundir los resultados entre los emprendedores.

PROBLEMÁTICAS

La problemática en la administración de los emprendedores es muy similar a la de la micro, pequeña y mediana empresa (MiPyMEs), como ser en la ausencia generalizada de una planeación estratégica formal y continua de sus emprendimientos, como en el descuido relativo del análisis de la información contable que les impide realizar un estudio serio y confiable de su situación financiera, la carencia de instrumentos y herramientas para la toma de decisiones y el monitoreo de sus negocios, el poco conocimiento de las herramientas tecnológicas para su incorporación, los medios de pagos que se pudieran aplicar, explican la falta de eficiencia en la venta de sus productos y servicios. Todo esto lleva a que los productores/emprendedores locales en su mayoría no puedan llegar a ser competitivos y mantenerse en el tiempo en un mercado formal.

MARCO TEÓRICO

Hablamos del Desarrollo Económico Local como un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, la forma de desarrollo se puede convenir en denominarla desarrollo local endógeno (Vázquez Barquero, 1988).

El desarrollo local endógeno obedece a una visión territorial (y no funcional) de los procesos de crecimiento y cambio estructural (Friedman y Weaber, 1979), que parte de la hipótesis de que el territorio no es un mero soporte físico de los objetos, actividades y procesos económicos, sino que es un agente de transformación social. La economía de cada ciudad, localidad o región se vincula al sistema de relaciones económicas del país en función de su especificidad territorial, y de su identidad económica, política, social y cultural.

El concepto de desarrollo local endógeno concede un papel predominante a las empresas, a las organizaciones, a las instituciones locales, y a la propia sociedad civil, en los procesos de crecimiento y cambio estructural (Stöhr, 1981 y 1985). Es una aproximación "de abajo-arriba" al desarrollo económico, que considera que los actores locales, públicos y privados, son los responsables de las acciones de inversión y del control de los procesos.

Desde la perspectiva del desarrollo endógeno, finalmente, lo social se integra con lo económico (Arocena, 1995). La distribución de la renta y de la riqueza, y el crecimiento económico no son dos procesos que surgen y toman forma de manera paralela, sino que adquieren una dinámica común debido al hecho de que los actores públicos y privados que asumen decisiones de inversión orientadas a resolver los problemas locales, que afectan a las empresas y la economía local. Lo local es un espacio en el que las iniciativas de los diversos actores de la sociedad organizada se hacen realidad.

Hablamos del desarrollo local y lo analizamos desde la perspectiva de la Economía Social y la podemos definir como un fenómeno histórico de luchas de los trabajadores, en oposición a los efectos nefastos del sistema capitalista, desde hace por lo menos dos siglos (Singer 2007). Para Defourny (2005, p.238), a menudo presenciamos la tentación de oponer las grandes organizaciones, frecuentemente más antiguas y fuertemente institucionalizadas como lo son las empresas de tipo cooperativas, las sociedades tipo mutuales y las organizaciones asociativas, a una nueva economía social o a la economía solidaria ⁶. No obstante, las diferencias entre las generaciones de la economía social a lo largo de la historia serían más bien consecuencias de las especificidades presentadas en cada época.

Este trabajo considera que el actual momento representa no sólo un reavivamiento de la economía social, sino, de hecho, la conformación de 'nueva economía social' (Defourny, Fraveau y Laville, 1998), impulsada por varios movimientos con fuerte apoyo al emprendedorismo, con mayor o menor grado de organización y

⁶ Sobre diferencias y similitudes entre lo que llamamos Economía Social y la Economía Solidaria. Lechat (2002), Franca Filho (2002) y Guerra (2007).

similitudes entre sus planteos y objetivos. Allí gana fuerza la idea de una globalización diferente o altermondialisation (Viveret, 2005), basada en la solidaridad (Laville, 2005), la democratización de la economía y radicalización de la democracia (Neamtan, 2003), hacia otra concepción de desarrollo o post desarrollo (Escobar, 2002).

En este sentido, lo Local es una formidable base para la acción colectiva transformadora. Sin embargo, cómo pensar lo local en tiempos de globalización. Una globalización hegemónica se refiere a una estrategia política de desarrollo del mercado total, que pone en riesgo la propia sobrevivencia humana (Hinkelammert y Mora Jiménez, 2003, p.23). Donde se ha buscado crear un mercado en el que se da una especie de competencia universal para atraer capitales de envergadura global (Robledo, 2007, p.75). Más allá de eso, para Arocena (2006, p.46-47), la globalización supone un nuevo paradigma organizacional, en que ya no se trata más de una globalización de los mercados, sino que abarca todas las expresiones de la vida humana.

La hipótesis de partida es que las localidades y territorios tienen un conjunto de recursos (económicos, humanos, institucionales y culturales) y de economías de escala no explotadas, que constituyen su potencial de desarrollo. Cada localidad o región se caracteriza, por ejemplo, por una determinada estructura productiva, un mercado de trabajo, un sistema productivo, una capacidad empresarial y conocimiento tecnológico, una dotación de recursos naturales e infraestructuras, un sistema social y político, una tradición y cultura, sobre los que se articulan los procesos de crecimiento económico local.

En un momento histórico concreto, una ciudad, una localidad o región, por iniciativa propia, puede emprender nuevos proyectos que le permitirán iniciar (o continuar por) la senda del desarrollo competitivo, apoyando principalmente a los emprendedores. En las economías de mercado, la condición necesaria para que aumente el bienestar local es que exista un sistema productivo capaz de generar economías de escala mediante la utilización de los recursos disponibles y la introducción de innovaciones.

Este concepto de desarrollo reúne un conjunto de rasgos y características, que le dan una configuración específica. Ante todo, hay que decir que el desarrollo local hace referencia a procesos de acumulación de capital en ciudades, localidades y regiones concretas.

Dentro del mundo empresarial el emprendedorismo es entendido como la creación de soluciones a problemas existentes, la mutación de negocios y su evolución, el cambio de los procesos y los modelos para hacerlos más rentables. Además de todas las iniciativas que vayan en dirección a un crecimiento del mercado para generar impacto. Aunque intuitivamente se puede pensar que el emprendedorismo es el proceso de crear nueva riqueza, existen casi tantas definiciones de emprendedorismo como trabajos que se refieren a este término. Klapper et. al. (2007) definen al emprendedorismo como las actividades de un individuo o grupo dirigidas a iniciar actividades económicas en el sector formal bajo una forma legal de negocio. Esta definición deja fuera todas aquellas personas que realizan actividades dentro del sector informal de la economía. En contraste, el Global Entrepreneurship Monitor define emprendedorismo como cualquier intento llevado a cabo por los individuos de empezar una nueva empresa, incluyendo cualquier intento de volverse auto-empleado (Autio, 2007). Esta

definición incorporaría categorías como los feriantes, vendedores de puestos, vendedores ambulantes, que buscan en estos oficios el autoempleo y la subsistencia, y otras que parecen muy alejadas de las anteriores, como el estudiante que genera una nueva tecnología y decide formar una empresa para comercializarlas.

Otros autores siguen el enfoque de tratar de definir emprendedorismo a través de ciertas características que son inherentes a la actividad emprendedora. Barth et al (2006) presentan dos preguntas que deben hacerse para entender emprendedorismo: (1) ¿Por qué algunos individuos se vuelven entrepreneurs mientras que otros no? Y (2) ¿Qué factores afectan principalmente el proceso de iniciar o ser dueño de un pequeño negocio, o de volverse auto-empleado? Iversen et. al. (2005), abogan porque el concepto de emprendedorismo es polifacético y que muchas de las definiciones utilizadas en diferentes trabajos no hacen sino cubrir algunas de las muchas aristas de la actividad entrepreneurial. Como muestra esta variedad de acepciones de emprendedorismo, hacen notar cómo el concepto ha cambiado a lo largo del tiempo para la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico: 1) La habilidad de manipular recursos para obtener nuevas oportunidades de negocio (1998); 2) El procesos dinámico de identificar oportunidades económicas y aprovechas desarrollando, produciendo y vendiendo bienes y servicios (1997); 3) Autoempleo (2001); 4) Un entrepreneur es un individuo emprendedor que muestra la disposición de tomar riesgos con ideas nuevas o innovadoras para generar nuevos productos o servicios (2001) (Iversen et. al, 2005).

Según el modelo del Global Entrepreneur Monitor (GEM⁷, 2011), para que se desarrolle una buena actividad emprendedora se deben conjugar los siguientes elementos:

Cuadro 1: Elementos para el desarrollo de buenas actividades emprendedoras (GEM, 2011)	
✓	Condiciones Generales del País: gobierno, infraestructura, mercado financiero, instituciones, etc.
✓	Condiciones Específicas para el Desarrollo de los Emprendedores: acceso al capital, apertura del mercado interno, acceso a la infraestructura, programas de gobierno, educación y entrenamiento, transferencia de tecnologías, normas culturales y sociales, infraestructura legal y comercial, etc.
✓	Crecimiento Económico Nacional: hay que considerar que en líneas generales el número de nuevos emprendimientos crece cuando lo hace la economía de un país.
✓	Dinámica de los Negocios: cantidad de empresas que nacen y se expanden, cantidad de empresas que se achican y mueren.
✓	Oportunidad de Negocios: existencia objetiva y percepción.
✓	Capacidades Emprendedoras: actitud emprendedora, aptitud emprendedora y ambición emprendedora.

⁷ El GEM Global Entrepreneur Monitor un programa de investigación a nivel global que estudia la relación entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico.

Como miembros de la Universidad aplicamos la **Responsabilidad Social Universitaria** que es la que consiste en desarrollar prácticas transparentes de evaluación, implementar la eficacia y la participación de los distintos actores universitarios, aplicando valores de solidaridad y poner en marcha políticas de sostenibilidad. Pues esto se resume en implantar un modelo de evaluación, control y mejora de la calidad de las universidades, al tiempo que se logra un desarrollo sostenible de la propia Universidad. Todo ello es el fundamento de la Responsabilidad Social Universitaria. Por lo que la formación de ciudadanos socialmente responsables forma parte del impacto que tienen los centros académicos superiores en la sociedad y del diseño de su oferta formativa e investigadora. Constituir, por parte de las universidades, un modelo que esté comprometido y en armonía con la sociedad de la que formamos parte.

METODOLOGIA y TÉCNICAS DE INVESTIGACION

Para poder llevar adelante el desarrollo de este Proyecto, se realizó una investigación cualitativa con asistencia a las Ferias/ Paseos de Compras en donde realizan sus actividades los emprendedores, de esta manera poder estudiar la realidad en su contexto natural, interpretando y analizando el sentido de los fenómenos de acuerdo con los significados que tiene para las personas involucradas.

Para realizar un Diagnóstico, se realizaron los siguientes procedimientos o técnicas de investigación:

- Entrevistas con formato flexible.
- Observación directa.
- Encuestas.

Todo este trabajo de investigación lo venimos realizando desde el mes de mayo de 2023.

Una de las técnicas utilizadas para el relevamiento de la información fue la de participar de charlas con emprendedores pudiendo intercambiar opiniones, donde se presentaron varias inquietudes con respecto a su visión a futuro y sobre la necesidad de poder contar con apoyo técnico y/o asesoramiento de algunas cuestiones particulares desconocidas por estos. Se pudo observar la dinámica de trabajo y receptor algunas de las necesidades más urgentes por resolver.

Fairchild define la entrevista como “la obtención de información mediante una conversación de naturaleza profesional”. La entrevista, en tanto técnica de recolección de datos, se encuadra dentro de las técnicas de autoinformes, ya que se basa en las respuestas directas que los actores sociales dan al investigador en una situación de interacción comunicativa.

Como sostienen **Pollit y Hungler (1998)** “la vía más directa para saber lo que piensan, sienten, o creen las personas radica en preguntarlo”. La técnica de entrevista permite al investigador acceder a hechos, descripciones de situaciones o interpretaciones de sucesos o fenómenos (internos o externos) a los que no se podría acceder de otro modo.

TRABAJO DE CAMPO

Las encuestas fueron realizadas a los distintos emprendedores de la economía social, los que se desempeñan semanalmente en el Paseo de Compras de Productos Catamarqueños (P.C.P.C.) el que está ubicado en la ex manzana del Turismo sobre Av. Colón y la Feria de Plaza 25 de Mayo en la Ciudad Capital; en el Departamento de Belén en el Paseo de Compras de la Plaza Principal Olmos y Aguilera, en el Departamento de Valle Viejo en la feria del Paseo Chacarero sobre Av. Presidente Castillo y por último en el Departamento Paclín en la Feria en la Plaza Principal.

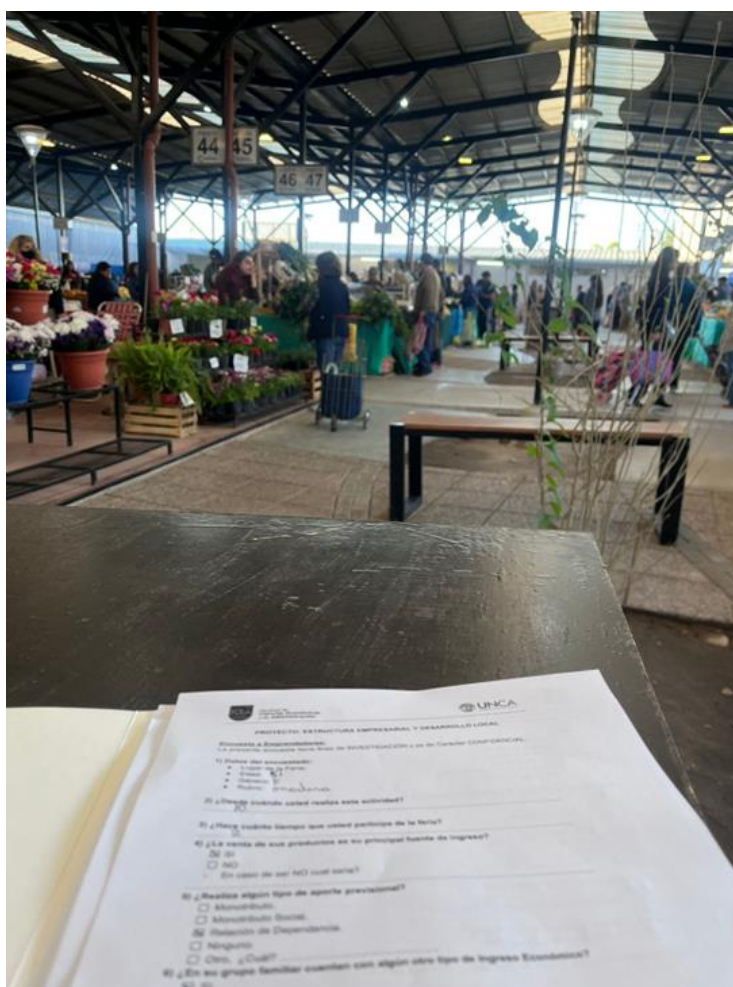
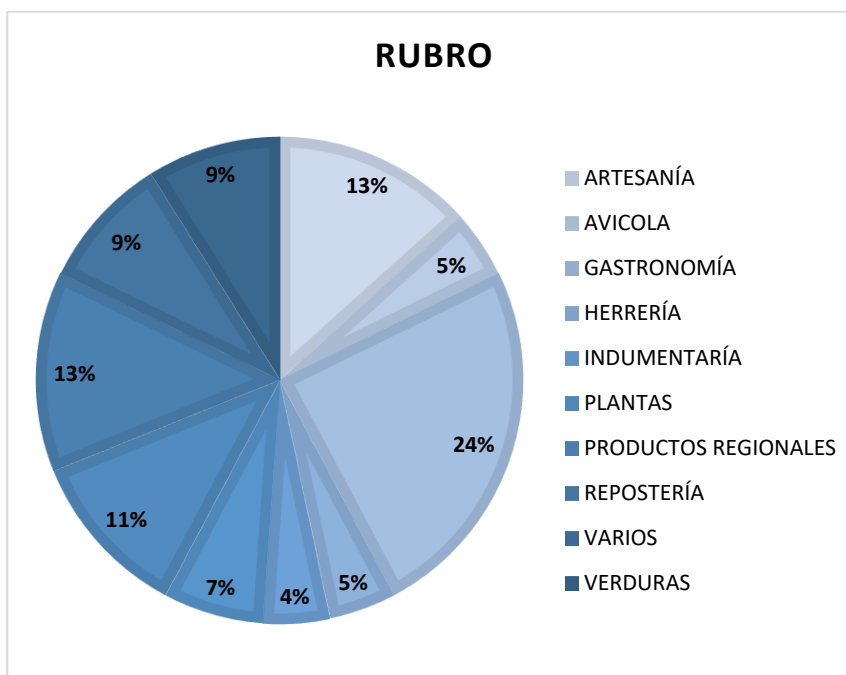


Figura 1: P.C.P.C. Día de trabajo de campo

Resultados

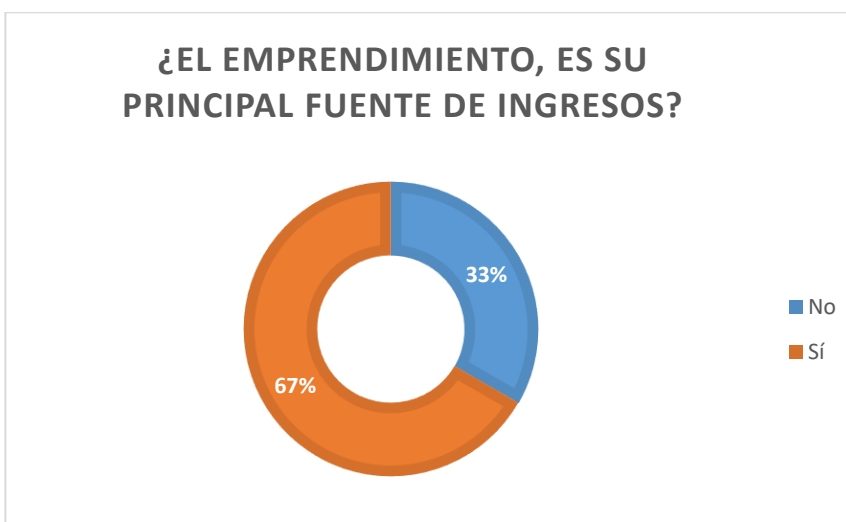
Gráfico 1: RUBRO DE LOS EMPRENDEDORES



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Los encuestados fueron emprendedores de distintos rubros, entre los más destacados los agrupamos y podemos mencionar los gastronómicos con el 24%, artesanías un 13% al igual que los productos regionales con un 13%, lo sigue repostería con el 11%, y finalmente productos de huerta (verduras) con un 9%, entre lo más destacados, finalmente el 30% restante tiene una diversidad de rubros, venta de huevos, plantas, entre otros.

Gráfico 2: PRINCIPAL FUENTE DE INGRESO



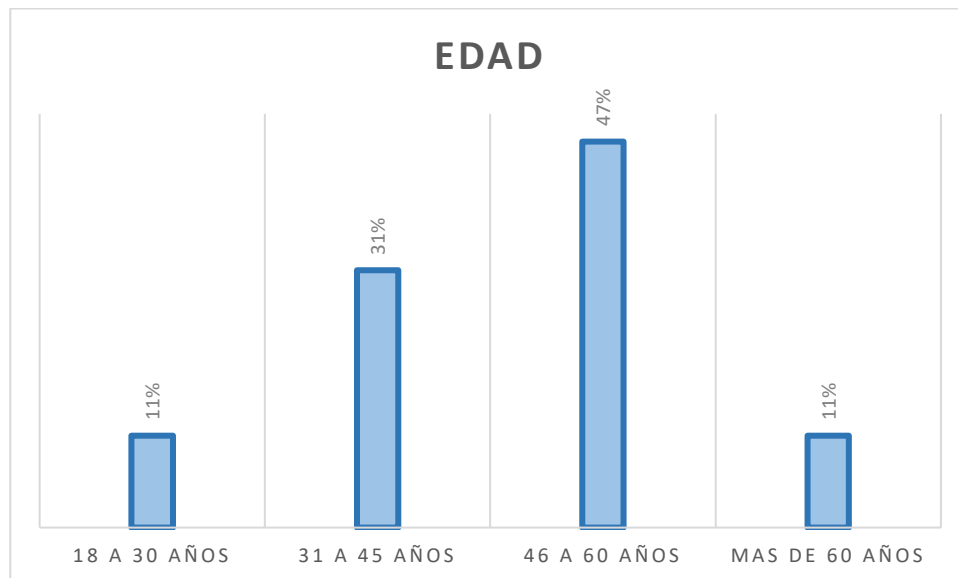
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Para estos actores encuestados en un 67% les significa una herramienta de auto empleabilidad siendo su principal fuente de ingresos, y para el resto como un ingreso secundario o adicional a la economía familiar para poder llegar a fin de mes.



Figura 2: Mercado Chacarero – Valle Viejo

Gráfica 3: EDAD DE LOS EMPRENDEDORES



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

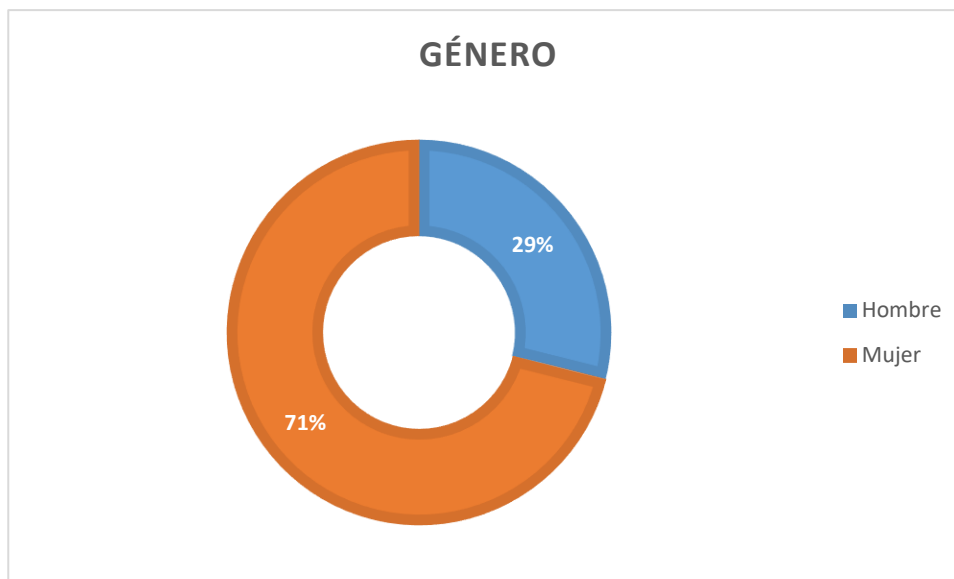
Entre la muestra de los encuestados se observa que la mitad de los emprendedores se encuentra entre la edad de 46 a 60 años con el 47%, seguido por el grupo etario de 31 a 45 años con un 31% y por los más jóvenes comprendidos entre los 18 a 30 años con el 11% y los adultos mayores de más de 60 años igualmente con el

11% aproximadamente, de los que podemos decir dos cosas, entre los jóvenes pudimos observar que lo realizan de modo de aventurarse o descubrir en nuevos rubros probar nuevas cosas y salir a innovar en el mercado; en cambio en los adultos mayores retomaron oficios que realizaban en su mayoría o retoman su actividad (más allá de estar jubilados) de modo de poder tener ese ingreso extra que los ayuda a poder sobrevivir.



Figura 3: P.C.P.C. - Emprendedores

Gráfico 4: GÉNERO DE LOS EMPRENDEDORES



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

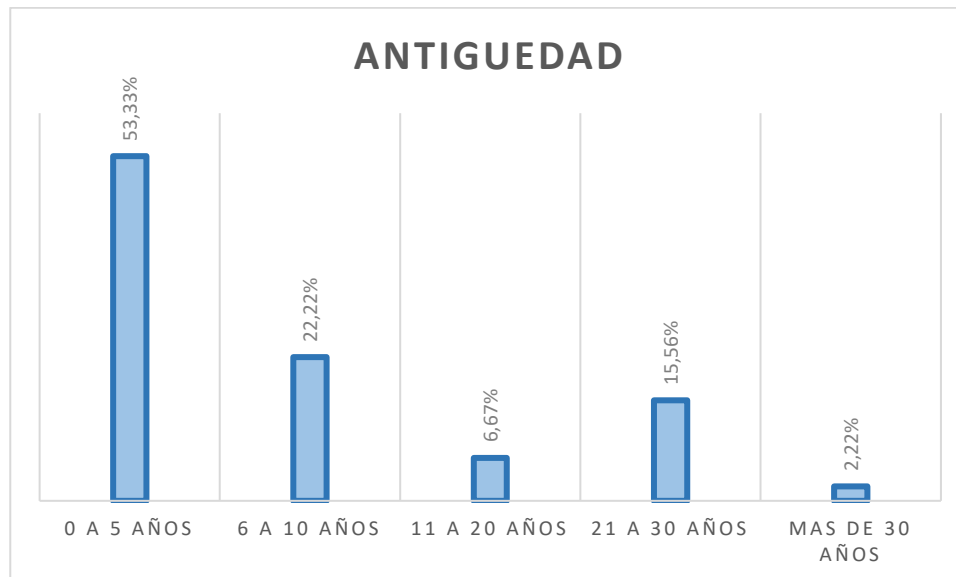
El género predominante entre los y las emprendedores en la Provincia de Catamarca son las mujeres con más del 70%, de acuerdo a lo relevado se pudo saber que los hombres en su mayoría dedican su trabajo informal a

las changas en albañilería, jardinería y otros oficios irregulares, no así las mujeres que buscan una forma de crear algo y emprender en un espacio físico.



Figura 4: Mercado Chacarero – Valle Viejo

Gráfico 5: ANTIGÜEDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

La duración en el tiempo de los emprendimientos, en su mayoría son recientes con un 53,33%, no mayor a 5 años, luego aquellos que van de 6 a 10 años con un 22,22%, lo siguen aquellos de 21 a 30 años con 15,56%, los de 11 a 20 años con un 6,67% y por últimos los más antiguos, es decir más de 30 años representan un 2,22%, en base a estos datos podemos decir que:

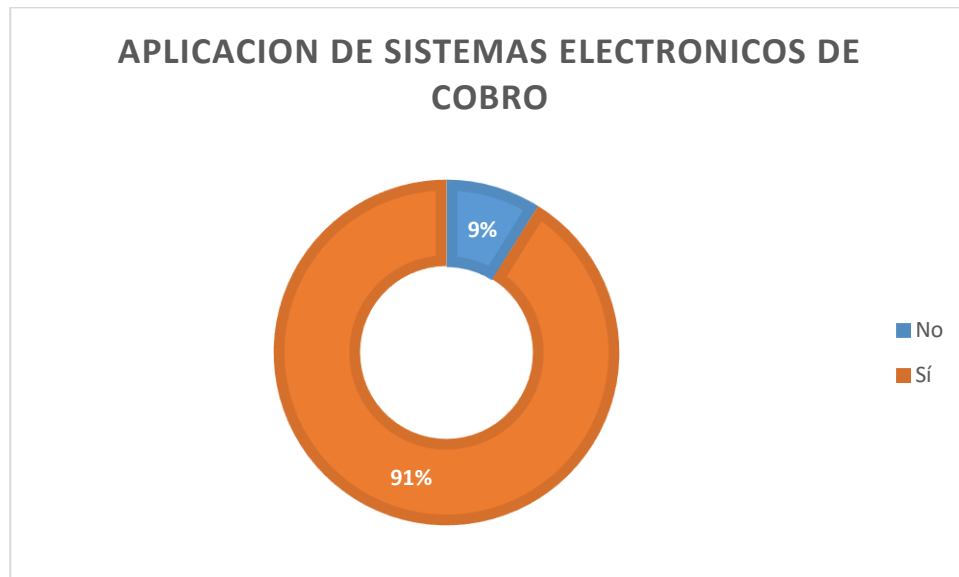
- ✓ De la muestra realizada podemos observar que 1 de cada 5 emprendedores superan los 5 años de vida.

- ✓ Y del total de emprendimientos, solo el 15% logra superar la barrera de los 20 años en el mercado.
- ✓ Por lo que en su gran mayoría un 80% no supera los 5 años (llegan al 2° año de vida nomas), esto nos hace pensar que el ambiente nos es muy propicio para su desarrollo o no tiene un seguimiento y capacitación constante para su futuro inmediato.



Figura 5: Paseo de Compras de la Plaza Principal Olmos y Aguilera – Belén

Gráfico 6: APLICACIÓN DE SISTEMAS ELECTRÓNICOS DE COBRO



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

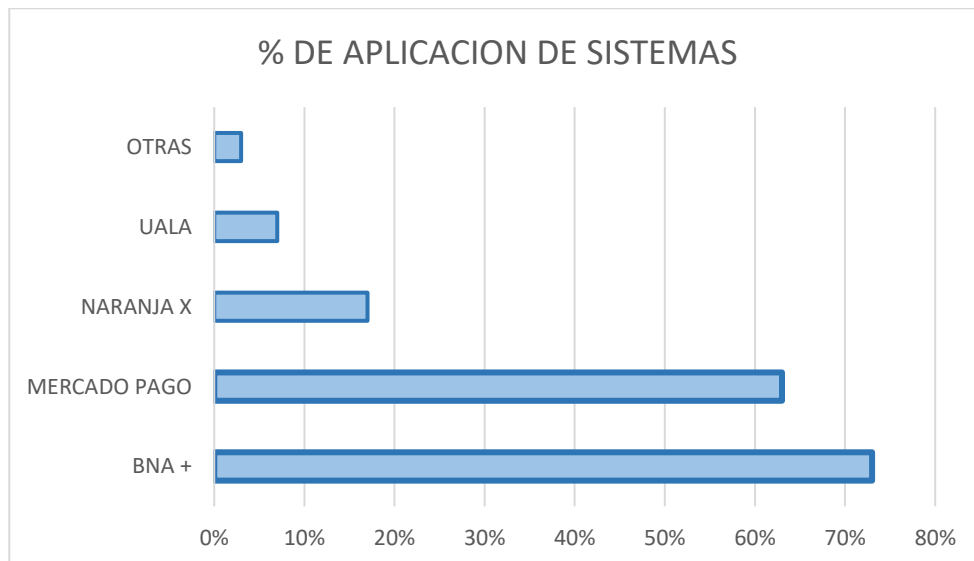
En cuanto a la aplicación de sistemas electrónicos de cobro en la actualidad en su gran mayoría los están aplicando en más del 90% de los emprendedores, los cuales afirman haber tenido un mayor ingreso por el uso de aplicaciones electrónicas. Aquellos que no lo utilizan hoy en día los que son menos del 10%, manifestaron no usar ya que no saben utilizar las aplicaciones, o no cuentan con un dispositivo acorde para el uso o

simplemente no están interesados. La aplicación de estos sistemas se fue dando debido a la demanda de los clientes en el uso de métodos alternativos de pago por lo que su aplicación para ellos es muy reciente, en donde la gran mayoría, lo viene utilizando hace más o menos un año o menos como un medio de cobro para la venta de sus productos o servicios en su mayoría representando un 70%, luego lo siguen aquellos de entre 2 a 3 años de su aplicación con un 25% aproximadamente y aquellos que lo incorporaron hace más de 4 años que son muy pocos representando apenas un 5%.



Figura 6: Mercado Chacarero – Valle Viejo

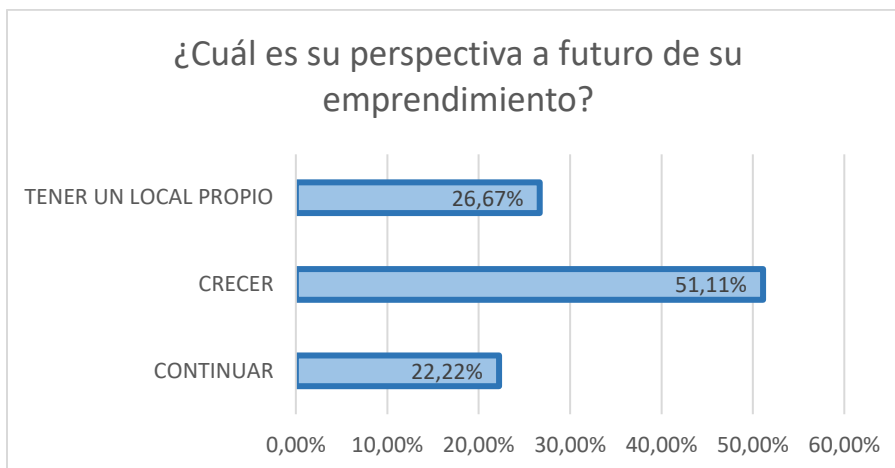
Gráfico 7: SISTEMAS DE APLICACIÓN EMPLEADOS



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Respecto de las aplicaciones utilizadas, más de un 70% utiliza la aplicación del Banco de la Nación Argentina “BNA+”, luego le sigue el aplicativo de “Mercado Pago” con más 60%, y la de Tarjeta Naranja “NaranjaX” casi un 20% y por último hay otras de menor utilización como ser UÁLA, Burbank, Santander, entre otros.

Gráfico 8: PERSPECTIVA A FUTURO



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Finalmente, en lo investigado pudimos averiguar sobre las perspectivas que tienen los emprendedores de cara al futuro con sus emprendimientos, en donde más del 50% quiere crecer en sus ventas y en su imagen, luego un 27% quiere tener un local propio llegar a salir de una feria para realizar su actividad de forma más competitiva y en un mercado más global y menos del 23% quieren continuar en el lugar donde se encuentra con el emprendimiento que realizan manteniendo un lugar de confort.



Figura 5: Paseo de Compras de la Plaza Principal Olmos y Aguilera – Belén

La encuesta realizada tuvo como fin principal la de saber sus principales debilidades, conociendo el entorno en donde trabajan, como se desarrollan, los grupos etarios, el uso de aplicaciones y herramientas tecnológicas y digitales, entre otros puntos, sabiendo si ellos pueden conocer sus beneficios, ventajas-desventajas y posteriormente tomar buenas decisiones que los hagan perdurar en el tiempo.

ACCIONES QUE SE PROPONEN

- Brindar capacitaciones gratuitas desde la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración en Gestión y Costos.
- Orientarlos a ser emprendedores competitivos en el mercado, haciendo manejos de sus costos-utilidad.
- Brindar a los involucrados tanto de las organizaciones como emprendedores toda la información acerca de financiamientos disponibles o de ayudas de capital.
- Promover a través de la Facultad la articulación con la Agencia para el Desarrollo Económico de Catamarca en beneficio de los emprendedores.

CONCLUSIONES

La Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad Nacional de Catamarca, consciente de su responsabilidad social y la de sus egresados, persigue, con la ejecución del proyecto antes descrito, cumplir su rol social atendiendo las necesidades de los diferentes sectores de la sociedad.

Es por ello, Se concluye que resulta necesario fortalecer las relaciones, acciones e interacciones entre el sector público y privado que fomenten el fortalecimiento del desarrollo local y económico en el territorio para el crecimiento de los emprendimientos. La investigación científica está íntimamente ligada con la administración pública, ya que le brinda las herramientas necesarias para poder cumplir con su finalidad, que es el bien común. Rescatando una frase de Ismael Ruiz, (consultor de marketing y especialista en gestión) “Tus tiempos son tuyos. Esto parece básico, pero vale oro. Eres tú quien decide cuándo, cómo y hasta cuándo vas a trabajar en un proyecto. Pero por consiguiente también, eres tú el que tiene que hacer que ese tiempo y ese esfuerzo sea rentable. Sino, te estas arruinando tu solito, literalmente”.

Observamos la importancia de la concienciación del manejo sostenible y sustentable de los recursos, lo que viene asociado a la práctica de **valores que mejoran las sociedades** y las hacen más justas e igualitarias, obteniendo una clara positividad en las condiciones de vida de todos.

BIBLIOGRAFÍA

- Casalis, Alejandro – 2009, febrero - Buenos Aires. CEDEL: Centro de Estudios para El Desarrollo Local: Proyecto de Investigación aprobado por Resolución 2457/08 de la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Bs As, en el marco del Instituto Superior de Formación Técnica N° 118 - San Pedro - Bs.As.- Argentina. Sitio web www.cedelargentina.org dirección electrónica info@cedelargentina.org.
- Coraggio, José Luis - 2020, agosto - Economía Social y Economía Popular – Conceptos Básicos, INAES (Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social).
- Golán, Pablo Esp. Marketing – 2021, diciembre - Plataforma Virtual Shopify: La plataforma de comercio internacional
<https://www.shopify.com/es/blog/emprendedurismo#:~:text=Podemos%20definir%20el%20emprendedurismo%20como,servicio%20o%20en%20un%20negocio.>
- Desarrollo Económico Gobierno de Mendoza – Economía Social
<https://www.mendoza.gov.ar/desarrollosocial/capacitacion/> .
- El Portal de la Economía Solidaria – agosto 2019 - Economía social y solidaria: beneficios para sociedades en desarrollo - <https://www.economiasolidaria.org/noticias/economia-social-y-solidaria-beneficios-para-sociedades-en-desarrollo/> .
- Redacción Contra información. 2022, junio - ¿Qué es la Economía Social?
<https://contrainformacion.es/que-es-la-economia-social/> - <https://insurgenciamagisterial.com/que-es-la-economia-social/>.
- Plataforma Virtual FRIDOM (Blog): Una solución para cada tipo de negocio - <https://getfridom.com/>
<https://getfridom.com/que-es-el-emprendedurismo/#:~:text=Hay%20algunos%20ejemplos%20de%20a,y%20fideliza%20a%20sus%20clientes>
- SEBRAE - Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas, organismo creado en el año 1972 para estimular el espíritu empresarial en el Brasil.
- Universia.es - septiembre de 2019 - <https://www.universia.net/es/actualidad/orientacion-academica/responsabilidad-social-universitaria-definicion-enfoque-1166751.html> .